

META ANALISIS PENGARUH CELEBRITY ENDORSEMENT, HARGA DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

ARDIAN BAYU PRAKOSO

(Pembimbing : Dr. Amron, SE, MM)

Manajemen - S1, FEB, Universitas Dian Nuswantoro

www.dinus.ac.id

Email : 211201102316@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Keputusan pelanggan dalam membeli sebuah produk tergantung pada Brand Image produk tersebut di masyarakat. Image tersebut terbentuk dari Celebrity endorsement dan Harga terhadap yang diketahui oleh konsumen. Celebrity endorsemen merupakan salah satu strategi untuk membangun opini positif kepada masyarakat akan sangat mempengaruhi keputusan membeli konsumen. Harga/Price merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Brand Image, Celebrity Endorsement dan juga harga terhadap keputusan pembelian. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif yang didalamnya menjelaskan pengaruh antar variabel. Teknik analisis yang di gunakan adalah Meta analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Celebrity Endorsement berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Brand Image berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci : Image, Celebrity Endorsemen, Harga

META ANALYSIS OF EFFECT OF CELEBRITY ENDORSEMENT, PRICE AND BRAND IMAGE ON PURCHASE DECISION

ARDIAN BAYU PRAKOSO

(Lecturer : Dr. Amron, SE, MM)

*Bachelor of Management - S1, Faculty of Economy &
Business, DINUS University*

www.dinus.ac.id

Email : 211201102316@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

The customer's decision to buy a product depends on the Brand Image of the product in the community. The image is formed from the Celebrity endorsement and the price against which is known by the consumer. Celebrity endorsement is one of the strategies to build a positive opinion to the public will greatly affect consumer buying decisions. Price / Price is a factor influencing purchasing decision. This research aims to analyze Brand Image, Celebrity Endorsement and also price to purchase decision. Type of research used is associative research in which explain the influence between variables. The analysis technique used is Meta analysis. The results showed that Celebrity Endorsement effect on Purchase Decision. Price affects Purchase Decision. Brand Image has an effect on Purchasing Decision.

Keyword : Brand Image, Celebrity Endorsemen, Price